



## Mi lugar de vacaciones preferido (A2)

publié le 19/06/2014 - mis à jour le 12/04/2019

### Descriptif :

Cette séquence est axée sur **la thématique du voyage**. Elle permet de **découvrir la beauté et la richesse culturelle de certains pays comme le Costa Rica, la Colombie ou la Bolivie à travers leurs campagnes de promotion touristique**.

Le projet s'adresse à une **classe de seconde** et peut être réalisé dès le début de l'année scolaire. Il peut aussi être abordé en classe de troisième. Le niveau visé, selon le *Cadre européen commun de référence pour les langues* est le **niveau A2 – A2+**.

Ce travail s'inscrit dans le cadre du programme culturel de la classe de seconde « **l'art de vivre ensemble** » et permet d'aborder la notion « **sentiment d'appartenance** ».

### Sommaire :

- Présentation de la séquence
- Documents d'étude
- Tâche de fin de séquence proposée
- Objectifs
- Pistes pour la mise en œuvre
- Exemples de productions d'élèves

*Ce projet est proposé par madame Christine Saivres, professeure au lycée Marguerite de Valois d'Angoulême.*

### ● Présentation de la séquence

Cette séquence est axée sur **la thématique du voyage**. Elle permet de **découvrir la beauté et la richesse culturelle de certains pays comme le Costa Rica, la Colombie ou la Bolivie à travers leurs campagnes de promotion touristique**.

Le projet s'adresse à une **classe de seconde** et peut être réalisé dès le début de l'année scolaire. Il peut aussi être abordé en classe de troisième. Le niveau visé, selon le *Cadre européen commun de référence pour les langues* est le **niveau A2 – A2+**.

Ce travail s'inscrit dans le cadre du programme culturel de la classe de seconde « **l'art de vivre ensemble** » et permet d'aborder la notion « **sentiment d'appartenance** ».

### ● Documents d'étude

1) [Campagne vidéo de promotion touristique pour la Colombie](#)

2) Affiche de promotion touristique pour le Costa Rica, tirée du manuel *Juntos* seconde (2010), p.17.

3) *Carta de Ariadna a su amiga Nuria*, José María Mendiluce, manuel *Juntos* seconde, p.16.

En complément, voici d'autres campagnes touristiques qui pourraient être exploitées également dans le cadre de ce projet :

- ▶ pour [la Bolivie](#) (le rêve de pouvoir marcher sur l'eau)
- ▶ pour [la ville de México](#)
- ▶ pour [la Galice](#) (intéressante pour travailler l'ordre et la défense)
- ▶ pour [l'Espagne](#) (4 campagnes en fonction des cibles visées)

## ● Tâche de fin de séquence proposée

L'évaluation proposée ici prend la forme d'un **devoir à la maison**.

*Expresión escrita :*

*Imaginas que estás de vacaciones en tu lugar de vacaciones preferido. Escribes a un(a) amigo(a) para hablarle de tus vacaciones y del lugar donde estás.*

*Redacta la carta en unas 10-12 líneas. Ilustra tu carta con un dibujo o una pintura o una fotografía.*

Barème de notation sur 10 points :

- présentation qui respecte les codes de la lettre (1.5 pt)
- précision du contenu et respect de la demande formulée dans la consigne (3.5 pts)
- correction et richesse de la langue (5 pts)
- bonus pour l'illustration (de 0.5 à 2 pts supplémentaires en fonction de la qualité des illustrations, de leur originalité et du temps passé)

N.B. : les points supplémentaires sont donnés comme bonus afin de ne pas pénaliser les élèves qui pourraient avoir des difficultés à le faire. Il s'agit ici d'accroître leur motivation en faisant appel à leur créativité. Cependant, l'objectif premier reste l'acquisition de l'autonomie dans la langue et le respect du contenu exigé.

## ● Objectifs

- Objectifs linguistiques

### a) Compétences lexicales

- ▶ **Langue de commentaire des supports** : *un vídeo, un lugar, una campaña publicitaria cuyo objetivo es..., promover el turismo, atraer a los turistas, dirigirse a, un cartel publicitario, lo que atrae la atención es..., los colores vivos, una carta, una pareja, dar ganas de..., tener ganas de..., el ambiente apacible / festivo, poner de relieve.*
- ▶ **Lexique en rapport avec le thème évoqué** : *descubrir los paisajes y el patrimonio natural / cultural de... ; la naturaleza ; la fauna y la flora ; la arquitectura ; los carnavales ; los magníficos disfraces ; las máscaras ; los bailes y los desfiles por las calles ; las tradiciones ; divertirse ; descansar ; disfrutar de la quietud ; cambiarse de ideas y de aires ; encontrar a otras personas ; una gente amable y acogedora ; una sociedad multicultural con los blancos, los negros, los indios y los mestizos.*
- ▶ **Quelques qualificatifs que l'on peut réactiver** : *maravilloso, fantástico, demencial, increíble, hermoso, paradisíaco, idílico, agradable, sorprendente.*

### b) Compétences grammaticales

- ▶ Certains emplois obligatoires de *ser* et de *estar* : *ser* devant un adjectif exprimant une caractéristique essentielle (*es magnífico, es auténtico...*), *estar* pour situer ou pour décrire un état émotionnel ou une posture (*estar muy contento y excitado, estar tranquilo, estar tumbado en la arena...*).
- ▶ Les emplois de certaines prépositions : *vemos a los turistas que..., desfilar por las calles, pasear por..., ir de vacaciones a..., disfrazarse de...*
- ▶ Réactivation des verbes à construction impersonnelle comme *gustarle* ou *encantarle a alguien*.
- ▶ *Estar+gerundio* pour exprimer l'action en cours de déroulement.
- ▶ Le subjonctif dans les subordonnées exprimant le souhait : *Los autores quieren que los turistas...*
- ▶ Certains verbes ou certaines expressions à construction directe : *es posible Ø..., permite Ø...*

- Objectifs pragmatiques

- ▶ Découvrir et s'appropriier le code de présentation des lettres en espagnol, connaître les différentes formules de salutation initiale et finale lorsque l'on s'adresse à une personne proche.
- ▶ S'entraîner à analyser une campagne publicitaire : repérer les éléments qui caractérisent ce type de support (logo,

phrase d'accroche éventuelle, slogan, photos ou vidéos, texte informatif éventuel), commenter leur position au niveau de la page, le graphisme et le contenu du message qu'ils délivrent.

- Objectif culturel

Découvrir les atouts touristiques de certains pays ou de certaines régions. On invitera les élèves à approfondir leurs connaissances en faisant des recherches sur l'endroit étudié.

### ● Pistes pour la mise en œuvre

- Document n°1 : vidéo de promotion touristique pour la Colombie

Après un premier visionnement permettant de travailler la **compréhension globale du document** (type de support, public visé, annonceur et objectifs + rappel de la localisation du pays), on pourra inviter les élèves à préciser quels sont **les éléments qui ont le plus attiré leur attention** et pourquoi (les couleurs, la musique, les paysages, la magie, les sourires...).

On pourra étudier le message de cette campagne à partir d'**un exercice de recomposition du script** donné sous la forme d'un texte à trous à compléter.

### Texte lacunaire pour travailler la compréhension de l'oral (Word de 25 ko)

Les axes de sens que l'on peut exploiter ici sont les suivants : **l'énumération de toutes les activités possibles** (en mettant en avant l'importance du carnaval comme celui de *Baranquilla* sur la côte caraïbe ou celui des *Negros y Blancos de Pasto*, dans le département du *Nariño* ; on voit aussi des images des fameux *silleteros de la Feria de las Flores de Medellín*) ; **les caractéristiques de la population** (très métissée et multiculturelle, ouverte et accueillante) et **celles du pays** (importance des fleuves et des montagnes, production de fruits « exotiques »).

On pourra commenter également **l'image du collier de la jeune femme** dont le pendentif qui irradie toute la séquence vidéo semble concentrer et contenir toute les richesses éclatantes du pays.

Pour terminer, on peut **commenter le slogan de la campagne** « *Colombia – Realismo mágico* » en demandant à la classe ce qui est réaliste ici et ce qui est magique (on pourra mentionner en passant le mouvement littéraire mais ici c'est un clin d'œil secondaire au pays de Gabriel García Márquez\*).

De plus, on pourra proposer aux élèves de **compléter l'amorce suivante pour donner un autre slogan possible** : « *Colombia, un país... (increíble / fantástico / magnífico / mágico / inolvidable / extraordinario)* ».

Enfin, on fera travailler l'expression écrite en **demandant à chacun son avis sur cette campagne** en quelques lignes (*¿Te parece lograda esta campaña o no ? ¿Cambia la visión que tenías de Colombia y te da ganas de descubrir el país ? Justifica tu punto de vista en unas 6-8 líneas*).

\* Dans la série des campagnes récemment produites pour promouvoir le tourisme en Colombie, il y en a une qui est particulièrement bien faite sur la ville de *Cartagena de Indias* et qui serait très intéressante à exploiter dans le cadre d'un travail sur la littérature (LELE) : [Campagne pour Cartagenas de Indias](#) .

- Documents 2 et 3

Pour focaliser l'attention des élèves sur les supports, il est conseillé de **les scanner et de les vidéo-projeter** ou d'utiliser le manuel numérique. En téléchargeant un logiciel de retouche photo (gratuit), on peut facilement recadrer la page scannée pour n'avoir que le document d'étude à projeter (en allant dans « image » puis on sélectionne avec le pointeur de la souris la zone qui nous intéresse et on va dans « recadrer »).

Ceci permettra d'**envoyer les élèves au tableau pour travailler directement sur la lettre d'Ariadna** : ils peuvent par exemple venir souligner les adjectifs employés par la jeune fille pour les mettre en valeur lors de la mise en commun après ce travail de repérage demandé. A la fin, ils peuvent aussi encadrer au tableau les différents éléments qui permettent de composer une lettre en espagnol, ce qui permet de **faire un point de méthodologie**.

### ● Exemples de productions d'élèves

#### ► 1er exemple

